

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Banyuwangi merupakan kota yang kaya akan wisata alamnya dan Wisata Alam Songgon masuk ke dalam salah satu kekayaan yang terdapat di Banyuwangi. Wisata Alam Songgon merupakan wisata yang terdapat di Kecamatan yang bernama Songgon dan terletak di kaki gunung tertinggi ke-tiga di Jawa Timur yaitu Gunung Raung. Oleh sebab itu Wisata Alam Songgon sering disebut dengan surga di kaki Gunung Raung. Wisata Alam Songgon mempunyai banyak sekali potensi akan wisata alamnya dan saat ini sudah terdaftar sebanyak 14 Wisata Alam. Semua wisata alam yang terdapat di Wisata Alam Songgon sangat beragam dan menarik.

Dengan banyaknya hal menarik yang dapat dinikmati tersebut, Wisata Alam Songgon memiliki kendala, yaitu pada awalnya Wisata Alam Songgon diramaikan oleh wisatawan, namun dengan seiring berjalannya waktu, wisatawan yang berkunjung di Wisata Alam Songgon semakin berkurang, hal ini dikarenakan kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Wisata Alam Songgon kurang dapat menjangkau target, tidak efektif dan kurang menarik. Promosi ini menargetkan orang-orang yang mempunyai usia 20 – 34 tahun dan berdomisili di Jawa Timur sebagai target primer dan Jakarta sebagai target sekunder.

Penulis merancang promosi Wisata Alam Songgon dengan melakukan riset dan pengumpulan data baik secara kuantitatif ataupun kualitatif sebagai langkah awal. Penulis juga menggunakan tinjauan pustaka yang dijadikan sebagai teori

acuan penulis dalam perancangan promosi. Hal ini dilakukan agar perancangan yang penulis lakukan dapat lebih terarah dan terkerucut.

Maka dari itu penulis berharap dengan perancangan media promosi Wisata Alam Songgon dapat semakin dikenal khususnya oleh target awal dewasa yang telah ditentukan oleh penulis. Sehingga wisatawan yang berkunjung di Wisata Alam Songgon perlahan akan semakin meningkat dan tentunya Wisata Alam Songgon akan semakin berkembang.

## **5.2. Saran**

Penelitian ini dapat diteruskan ataupun menjadi acuan bagi penelitian lain yang membahas mengenai bidang promosi dan wisata alam. Selama proses perancangan media promosi Wisata Alam Songgon ini penulis ingin menyampaikan saran bagi mahasiswa/i yang mengambil topik serupa terutama yang membahas mengenai wisata alam bahwa peran visual dalam menyampaikan suatu pesan dalam sebuah promosi sangatlah penting. Pastikan riset dan penelitian yang telah dilakukan cukup lengkap, sehingga dapat mempermudah dalam tahap perancangan selanjutnya. Memperkaya referensi baik untuk gaya visual maupun dalam hal teori karena hal tersebut akan sangat membantu dalam proses perancangan dan tahapan perancangan yang dijalankan sehingga dapat sesuai dengan target audiens yang telah ditentukan. Jika menggunakan strategi promosi AISAS, perlu diperhatikan dalam setiap tahapannya agar tidak terdapat kesalahan dalam penerapan medianya. Strategi promosi yang digunakan juga perlu diperhatikan agar alur informasi yang dijalankan dapat tersampaikan dengan baik dan berkesinambungan.